

La gastronomía colombiana: una oportunidad para preservar la cultura nacional¹

Los colombianos se avergüenzan de su cultura gastronómica y la infravaloran creyendo fervientemente que cualquier comida extranjera es infinitamente superior. La mayoría de los colombianos que vayan a una fiesta de una quinceañera se darán cuenta de que la comida que allí se sirve, poco o nada, tiene que ver con la comida a la que estamos acostumbrados. Y la pregunta es: ¿por qué olvidar nuestra cultura y amalgamar lo que comemos en homenaje a comida de otros países supuestamente «superiores»? Es un hecho que cualquier colombiano que vaya a cualquier restaurante pedirá para su mesa un *coq au vin* antes que una bandeja paisa o un ajiaco de pollo si tiene la oportunidad. Lo que demuestra, en cierta manera, que preferimos comida extranjera antes que la nuestra.

Como lo expresan Valcárcel y Venegas (2015):

Sin embargo, el auge de la globalización ha llegado a desdibujar rasgos particulares de las poblaciones del mundo y ha menguado así el sentido de pertenencia y el arraigo hacía lo propio y tradicional de cada pueblo. (...) De hecho, en Colombia los ciudadanos tienden a pensar en conductas, ideales y modelos de vida diferentes de los propios porque consideran que los que se practican en el país no son suficientes y mucho menos aptos para generar bienestar y satisfacción social; este modo de pensar acarrea como consecuencia la desidentificación de la población nacional (p.189).

Factores externos e internos, como la globalización, los avances tecnológicos en las telecomunicaciones a distancia, los tratados de libre comercio y la internacionalización de la comida y los alimentos, la sobremixtificación de las culturas gastronómicas, ambientes sociopolíticos presionantes y problemas económicos, se han convergido en los generadores de la carencia de pertenencia e identidad por parte de los colombianos hacia esta.

Y a pesar de que Colombia tiene un enorme potencial como destino gastronómico, siendo así una mina sin aprovechar para aprovechar el turismo

¹ Documento elaborado en el curso Competencias Idiomáticas Básicas a cargo de la Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas de la Universidad de la Sabana, Chía-Cundinamarca, Colombia.

adecuadamente, no existen mentes revolucionarias, innovadoras y visionarias que quieran hacer algo con y para la comida propia, que enriquezcan la identidad nacional, sino que persiste el pensamiento para nada benéfico y conformista, de que «la comida típica es sólo para los turistas, para nosotros la extranjera», olvidándose del «qué va primero» o lo que es peor: el «qué tiene prioridad».

Con esto no estoy refiriéndome a que debamos dejar la emocionante y enriquecedora experiencia de la experimentación y la ampliación del conocimiento, así como de nuevas fronteras. Al contrario, estoy totalmente de acuerdo con ellas, pero no significa que por ello debamos de olvidar que nuestra cultura resulta ser la cimentación de la sociedad actual, y es por ello que se le debe de dar mayor importancia. Frente a ello, Alzate (2003) afirma que la cocina, y por consiguiente, el desarrollo cultural, de un pueblo no está determinado solamente por las características de su geografía física —su latitud o su disponibilidad fluvial, por ejemplo—, pues también están involucrados su múltiple herencia étnica, sus mitos ancestrales y la variada sustancia de sus tradiciones. Esto no es sólo aplicable a los pueblos, sino a las sociedades en general.

Por otra parte, resulta que este problema de desidentificación nacional no solo afecta a los ámbitos y campos ya mencionados, sino que también lo hace de manera negativa a la economía colombiana, específicamente al sector del turismo. Al respecto, Quintero y Mantilla (2011) abordan las posibilidades y todo lo que el sector gastronómico es en realidad, una extensión complementaria del turismo, como parte fundamental en las razones de los extranjeros para visitar a Colombia y como actor importante en las ganancias que genera el país por su misma llegada. De hecho, el sector gastronómico, así como el del turismo, potencian e impulsan otras industrias nacionales y el desarrollo integral del país.

Ahora bien, Ordóñez (1984) que en su travesía por el país colombiano mientras recopilaba recetas y saberes culturales resguardados de generación en generación, pero que lamentablemente se han ido debilitando, notó que la cocina de la mujer campesina, que era entregada a sus hijas y ellas a su vez se las daban a sus hijas, con «letra cursiva y en papel amarillento», era más fácil de preservar junto con los conocimientos ancestrales gracias a el bum de la antropología de la alimentación colombiana de los inicios de los años ochenta

hasta el nuevo milenio, mayoritariamente por la participación de diversas tesis y proyectos de grado provenientes de universidades importantes en el país que empezaban a reconocer la importancia del patrimonio cultural gastronómico, pero que después de ello se ha ido olvidando para dar paso a otros sectores de mayor «relevancia».

En contraste, como dirían algunos: «no todo en la vida es color de negro». A pesar de que la sociedad colombiana no sienta el aprecio que realmente se merece su patrimonio cultural, así como que parezca no interesarle en absoluto el innovar sobre su propia comida, tenemos a cambio una mayor diversidad alimentaria, con productos frescos en todo el año originarios de todo el mundo, con preparaciones, técnicas y alimentos de Francia, España, Estados Unidos, México, Perú y muchas otras culturas, que en cierto modo aportan al desarrollo de la identidad nacional cultural.

Entonces, una de las posibles soluciones a esta problemática es como lo sugieren Abadía, Pazos, Castillo y Pachón (2010). Se trata del balance adecuado entre la idiosincrasia y autenticidad cultural e innovación hacia lo nuevo que permita a la Colombia avanzar hacia algo mejor, pero al mismo tiempo, sin necesidad de olvidarnos de dónde provenimos y terminemos adoptando como nuestra una identidad que ni va con nosotros, ni es de nosotros ni es para nosotros, que a la larga terminará perjudicándonos.

Juan Felipe Gómez Orrego
Colombia

Referencias

- Abadía, X., Pazos, S., Castillo, S. y Pachón, H. (2010). Foods native to indigenous and afro-descendents in Colombia. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 60 (3), 211-219. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06222010000300001&lng=es&tlng=en
- Alzate, J. (2003). Panorámica de la cocina Colombiana. *Universidad Externado de Colombia* (2) 141-148. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2217>

- Ordóñez, C. (1984). *Gran libro de la cocina Colombiana*. Bogotá, Colombia: Ministerio de cultura.
- Quintero, M. y Mantilla, O. (2011). La buena mesa colombiana: pretexto para el turismo. Recuperado de https://books.google.com.co/books/about/La_buena_mesa_colombiana.html?id=9TTGpRE2AmQC&redir_esc=y
- Valcárcel, D. y Venegas, A. (2015). La comida típica dentro de la internacionalización de la oferta gastronómica en Bogotá. *Turismo y Sociedad*, (16) 187-198. Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4439>

El autor

Estudiante de segundo semestre de gastronomía de la Universidad de la Sabana, Chía, Cundinamarca, Colombia.
Correo: juangomor@unisabana.edu.co